

лицо, поможет быстро урегулировать конфликт там, где без его участия это было бы невозможно;

- откладывание - по сути это есть сдача своей позиции, но лишь временная, поскольку по мере накопления сил сторона, скорее всего, попытается вернуть утраченное;

- арбитраж — метод, при котором строго руководствуются нормами законов и права.

Безусловно, трудно предвидеть все многообразие конфликтных ситуаций, которые создает нам жизнь. Поэтому и в разрешении конфликтов многое должно решаться на месте исходя из конкретной ситуации, а также индивидуально-психологических особенностей участников конфликта.

Список использованных источников

1. Кибанов А.Я. и др. Конфликтология: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. М.:ИНФРА-М, 2009. 302 с. (Серия «Высшее образование»).
2. Козырев Г.И. Основы конфликтологии. М.: ИНФРА-М, 2007. 319 с.
3. Лазукин А.Д. Конфликтология: учеб. пособие. М.: Омега-Л. 2010. 152 с. (Библиотека высшей школы).

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.Ю. Дорогойченко, А. Шамрилова, И.В., Дементьев

Научный руководитель Н.А. Дубровина

Управление конкурентоспособностью на уровне хозяйствующих единиц должно учитывать экономические, социально-политические, научно-технические и другие изменения, происходящие в окружающей среде, и выявлять необходимость принимать изменения и риски, связанные с ними. Этот тезис определяет цели настоящего исследования, которые заключаются в

необходимости разработки эффективной системы организационно-экономических системы стратегического планирования, поддержки комплекса мероприятий по управлению конкурентоспособностью промышленного предприятия.

В настоящее время необходимо создавать такие механизмы, которые могли бы гарантировать высокую конкурентоспособность российских промышленных предприятий. Наиболее удачная стратегия повышения конкурентоспособности должна решать две задачи в отношении действующих сил конкуренции:

- как можно сильнее изолировать свое предприятие от негативного влияния отраслевых сил конкуренции;
- использовать сложившуюся в отрасли ситуацию и правила игры в свою пользу.

Конкурентоспособность характеризуется тремя группами:

- наличием у компании определённых ресурсов;
- операционной эффективностью компании, описываемой такими показателями, как рентабельность основных направлений деятельности и уровень издержек, приходящихся на основные виды продукции;
- наукоёмкость и технический уровень продукции в сравнении с основными конкурентами на национальном и мировом рынках;
- степень дифференциации деятельности компании; доля компании на национальном и мировом рынках;
- индекс цен на продукцию компании в сравнении с динамикой цен в отрасли и/или на мировом рынке;
- степень экспортной ориентации и/или импортной зависимости и ряд других (важно отметить, что в современных условиях операционная эффективность способна обеспечить лишь временные преимущества);
- наличием эффективной стратегии развития, направленной на формирование конкурентных преимуществ компании.

Формирование высокого уровня конкурентоспособности предприятия зависит не только от его потенциальных возможностей, условий реализации стратегических направлений развития и разрешения проблем оптимального использования ресурсного обеспечения, но и от использования эффективных

концепций управления самой конкурентоспособностью. Управление конкурентоспособностью должно охватывать, с одной стороны, проблемы качества продукции, ресурсосбережения, изучения инфраструктуры, внутренних и внешних рынков, с другой - все общие функции управления - стратегический маркетинг, планирование, организацию процессов, мотивацию и регулирование, учет и контроль. При этом, исходя из особенностей каждой стадии жизненного цикла предприятия, комплекс мероприятий по управлению конкурентоспособностью может существенно меняться. Кроме того, основой успеха в бизнесе является создание устойчивого конкурентного преимущества, которое определяется способностью организации предложить товар или услугу, превосходящие товар или услугу конкурентов.

Известный консультант по управленческой деятельности В.А. Гончарук отмечает, что большинству руководителей хотелось бы достичь сразу двойного результата: получить максимальную прибыль и занять прочное положение на рынке. Однако эти цели не комплементарны – достижение одной ничуть ни приближает к другой. Острота финансовых проблем у многих предприятий в кризисный период обуславливает приоритетное внимание именно к финансовым целям. Исследователи стратегического управления отмечают, что оказываемое на руководителей давление, направленное на выбор краткосрочных целей (за счет отказа, по крайней мере, от некоторых стратегических действий) особенно сильно проявляется в некоторых ситуациях:

- когда компания находится в сложном финансовом положении; когда изъятие ресурсов, необходимых для осуществления стратегически выгодных действий, будет ухудшать показатели компании в течение нескольких лет;

– когда предлагаемые стратегические действия являются рискованными и могут оказать непредсказуемое воздействие на рыночную позицию компании и ее конкурентоспособность.

Поэтому руководству предприятий важно найти баланс между стратегическими и краткосрочными финансовыми целями в рамках реализации системы управления конкурентоспособностью предприятия. Процесс управления конкурентоспособностью – это симбиоз запланированных действий (проактивная стратегия) и адаптивной реакции на возникшую ситуацию (реактивная стратегия). Для хозяйствующих субъектов РФ основная проблема создания полноценной и эффективной системы управления конкурентоспособностью в общехозяйственном аспекте заключается в трансформации стандартных учетно-регистрирующих систем, направленных, прежде всего, на оперативный анализ конкурентоспособности, в принятии обоснованных решений, в ориентации на стратегическое развитие предприятия и на синтез трех важных взаимодополняющих составляющих: стратегического, тактического и оперативного уровней управления (рис. 2).



Рисунок 2 – Основные характеристики уровней управления конкурентоспособностью

Основная цель управления конкурентоспособностью на стратегическом уровне является формирование предпосылок для эффективного использования существующих на предприятии внешних конкурентных преимуществ и создание новых для успешной деятельности в перспективе.

Главной задачей управления конкурентоспособностью на оперативном уровне является оказание помощи менеджерам в достижении поставленных целей, которые выражаются чаще всего в виде количественных плановых показателей развития, что обеспечивает предприятию устойчивый уровень развития [3, с. 21].

В настоящее время особую значимость приобретает управление конкурентоспособностью на стратегическом уровне, позволяющее прогнозировать дальнейшее развитие предприятия, с учетом изменений, происходящих во внешней и внутренней среде компании [1, с. 110].

Система управления создается для реализации конкретных целей организации и представляет собой совокупность принципов, методов, средств управления, а также административно-правовых, экономических рычагов, стимулов и органов управления. Основной целью стратегического планирования является разработка четких целевых установок в отношении конкретных показателей развития предприятия, определение конкурентной стратегии, согласованной с условиями конкретной отрасли промышленности, навыками и капиталом, которыми обладает конкретное предприятие [2, с. 461].

Список использованных источников

1. Ивлиева, Н.Н., Шишляев Д.В. Стратегии управления нематериальными активами с целью повышения конкурентоспособности компании [Текст]/ Н.Н. Ивлиева, Д.В. Шишляев// Современная конкуренция. -2017. - № 2 (2). - С. 110-116.
2. Крымова, К.О. К вопросу о применении некоторых методов конкурентного анализа и анализа потребителей в деятельности

современных предприятий [Текст]/ К.О. Крымова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2015. - Т. 30. - С. 461-465.

3. Хорев, А. И. Применение системного подхода для обеспечения экономического роста предприятия на примере оценки качества продукции ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» [Текст] / А. И. Хорев, И. Н. Булгакова, А. М. Прыгунков // Финансы. Экономика. Стратегия. – 2016. – № 8. – С. 21-25.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОМПАНИИ ООО "САМАРСКИЕ ТОРТЫ"

И.С. Дорофеева

Научный руководитель Т.В. Алайцева

Конкуренция - это борьба между организациями за наиболее улучшенные условия для производства и сбыта своего товара в целях достижения благоприятных результатов в своей предпринимательской деятельности [2]. В рыночной системе основные цели конкуренции – это борьба за потребителя и полного удовлетворения его потребностей. То есть, следовательно, это борьба за долю рынка, успех которого зависит от дешевых и качественных товаров.

Для того чтобы успешно выжить в долгосрочной перспективе организация должна уметь прогнозировать то, какие трудности могут возникнуть на ее пути в будущем, и то, какие новые возможности могут открыться для нее. Поэтому стратегическое управление, изучая внешнюю среду, концентрирует внимание на выяснения какие угрозы и какие возможности таит в себе внешняя среда [1].